


ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЕ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ САМАРСКОЙ ОБЛАСТИ
«БОГАТОВСКОЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЕ УЧИЛИЩЕ»

РАССМОТРЕНО

На заседании
методической комиссии
общепрофессиональных
дисциплин

 / Т.Н.Чешко /
«10» 10 20 15 г.

УТВЕРЖДАЮ

Директор ГБПОУ «Богатовское
профессиональное училище»

 А.В.Чугунов /

« 30 » 08 2015 г.

**МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ
ПО ОРГАНИЗАЦИИ САМОСТОЯТЕЛЬНЫХ РАБОТ**

при изучении учебной дисциплины
ОП.06. Финансы, денежное обращение и кредит
для специальности СПО
38.02.01 Экономика и бухгалтерский учет (по отраслям)

**Разработал:
Преподаватель
Петрова А.Ю.**

Данные методические рекомендации помогут преподавателям профессионального училища и других учреждений СПО организовать самостоятельную деятельность студентов на основе компетентного подхода к обучению, что соответствует требованиям ФГОС нового поколения.

Составитель: ГБПОУ «Богатовское профессиональное училище»

Содержание

1. Общие положения.	4
2. Виды самостоятельных работ.	5
3. Виды внеаудиторной самостоятельной работы.	5
4. Памятка преподавателю по организации самостоятельной работы студентов.	6
5. Реферат как вид внеаудиторной самостоятельной работы студентов.	7
6. Написание конспекта.	14
7. Составление схем, графиков, диаграмм, таблиц.	18
8. Составление бизнес-плана.	21
9. Подготовка к семинарским занятиям.	43
10. Литература.	45

1. Общие положения

Одной из важнейших стратегических задач современной профессиональной школы является формирование профессиональной компетентности будущих специалистов. Квалификационные характеристики по профессиям среднего профессионального образования новых образовательных стандартов третьего поколения содержат такие требования, как умение осуществлять поиск, анализ и оценку информации, необходимой для постановки и решения профессиональных задач, профессионального и личностного развития; использовать информационно-коммуникативные технологии для совершенствования профессиональной деятельности; заниматься самообразованием. Обозначенные требования к подготовке студентов делают их конкурентоспособными на современном рынке труда.

В этой связи, всё большее значение приобретает самостоятельная работа обучающихся, создающая условия для формирования у них готовности и умения использовать различные средства информации с целью поиска необходимых знаний.

Самостоятельная работа определяется как индивидуальная или коллективная учебная деятельность, осуществляемая без непосредственного руководства педагога, но по его заданиям и под его контролем. Самостоятельная работа всегда завершается какими-либо результатами. Это выполненные задания, упражнения, решенные задачи, написанные сочинения, заполненные таблицы, построенные графики, подготовленные ответы на вопросы.

Таким образом, широкое использование методов самостоятельной работы, побуждающих к мыслительной и практической деятельности, развивает столь важные интеллектуальные качества человека, обеспечивающие в дальнейшем его стремление к постоянному овладению знаниями и применению их на практике. Самостоятельная работа является одной из основных форм внеаудиторной работы при реализации учебных планов и

программ. В связи с этим она распределяется преподавателями при составлении календарно-тематических планов, рабочих программ и фонда оценочных средств по учебным дисциплинам и составляет 50% от общей учебной нагрузки.

2. Виды самостоятельных работ

Целью самостоятельной работы студентов является овладение фундаментальными знаниями, профессиональными умениями и навыками, опытом творческой, исследовательской деятельности.

По учебной дисциплине финансы, денежное обращение и кредит практикуются следующие виды и формы самостоятельной работы студентов:

- практические работы;
- индивидуальные задания (подготовка эссе, составление схем, составление таблиц);
- тестирование;
- отработка изучаемого материала по печатным и электронным источникам, конспектам лекций;
- выполнение контрольных и самостоятельных работ;
- выполнение индивидуальных заданий;
- составление различных видов планов по тексту.

3. Виды внеаудиторной самостоятельной работы

В учебном процессе выделяют два вида самостоятельной работы:

- аудиторная;
- внеаудиторная.

Если аудиторная самостоятельная работа выполняется на учебных занятиях под непосредственным руководством преподавателя и по его заданию, то внеаудиторная самостоятельная работа выполняется учащимся по заданию преподавателя, но без его непосредственного участия.

Содержание внеаудиторной самостоятельной работы определяется в

соответствии с рекомендуемыми видами заданий согласно примерной и рабочей программ учебной дисциплины.

Используются следующие виды внеаудиторной самостоятельной работы:

- подготовка и написание рефератов, сообщений на заданные темы (учащемуся предоставляется право выбора темы);
- самостоятельное решение ситуационных задач с использованием условий из задачников, составление задач с предоставлением эталонов ответов;
- подготовка к участию в научно-практических конференциях;
- подготовка схем, таблиц;
- подготовка к практическим и контрольным работам, зачётам;
- выполнение проектов.

4. Памятка преподавателю

по организации самостоятельной работы студентов

1. Самостоятельную работу необходимо организовывать во всех звеньях учебного процесса, в том числе и в процессе усвоения нового материала.
2. Студентов необходимо ставить в активную позицию, делать их непосредственными участниками процесса познания.
3. Организация самостоятельной работы должна способствовать развитию мотивации учения.
4. Самостоятельная работа должна носить целенаправленный характер, быть чётко сформулированной.
5. Содержание самостоятельной работы должно обеспечивать полный и глубокий комплекс заданий студентам.
6. В ходе самостоятельной работы необходимо обеспечить сочетание репродуктивной и продуктивной учебной деятельности студента.
7. При организации самостоятельной работы необходимо предусмотреть адекватную обратную связь, т.е. правильно организовать систему контроля.

5. Реферат как вид внеаудиторной самостоятельной работы студентов.

Реферат – краткое изложение в письменном виде или в форме публичного доклада, содержания научного труда или трудов, обзор литературы по теме. Это самостоятельная научно-исследовательская работа студента, в которой раскрывается суть исследуемой проблемы. Изложение материала носит проблемно-тематический характер, показываются различные точки зрения, а также собственные взгляды на проблему. Реферат как форма самостоятельной научной работы студента широко применяется в учебном процессе. Рефераты могут быть обязательными для всех студентов или выполняться по желанию. Написание реферата является обязательным при проведении практических или семинарских занятий. При этом студент в течение изучения курса должен выбрать и написать один реферат, желательно выступить по нему на занятии. Общее руководство работой над рефератами осуществляется преподавателем, ведущим учебный курс. Он предлагает студентам на выбор темы рефератов, сообщает единые требования по их написанию, консультирует в процессе подготовки реферата.

Содержание реферата должно быть логичным. Объем реферата, как правило, от 5 до 15 машинописных страниц. Темы реферата разрабатывает преподаватель, ведущий данную дисциплину. Перед началом работы над рефератом следует наметить план и подобрать литературу. Прежде всего, следует пользоваться литературой, рекомендованной учебной программой, а затем расширить список источников, включая и использование специальных журналов.

Подготовка рефератов по учебной дисциплине предполагает достижение следующих учебных результатов:

- Углубление знаний по актуальным теоретическим вопросам учебного предмета, творческое применение этих знаний к избранной теме.

- Усвоение зарубежного опыта в избранной профессиональной сфере, возможностей и проблем его практического использования в отечественных условиях, в будущей профессиональной деятельности.
- Совершенствование умения изучать различные литературные источники (монографии, статьи периодической печати и т. п.) по избранной теме и на основе их критического анализа самостоятельно и грамотно излагать материал, делать аргументированные выводы и предложения.
- Развитие навыков правильного оформления письменной работы.

Структура реферата

1. Титульный лист.
2. Оглавление.
3. Введение (дается постановка вопроса, объясняется выбор темы, её значимость и актуальность, указываются цель и задачи реферата, даётся характеристика используемой литературы).
4. Основная часть (состоит из глав, которые раскрывают отдельную проблему или одну из её сторон и логически являются продолжением друг друга).
5. Заключение (подводятся итоги и даются обобщённые основные выводы по теме реферата, делаются рекомендации).
6. Список литературы.

В списке литературы должно быть не менее 8–10 различных источников. Допускается включение таблиц, графиков, схем, как в основном тексте, так и в качестве приложений.

Оформление реферата

На титульном листе реферата указываются наименование учебного заведения и кафедры, по тематике которой студент пишет реферат, тема реферата, ученая степень и ученое звание преподавателя учебной дисциплины, его фамилия и инициалы; фамилия, имя, отчество студента с

указанием факультета, специальности (направления), курса и группы обучения. В конце титульного листа необходимо указать: «с. Богатое» и год написания реферата. На втором листе приводится содержание (план) реферата.

Текст реферата выполняется на одной стороне листа белой бумаги формата А4 (210x297) в редакторе Word через 1,5 интервала со следующими полями: левое – 30 мм, правое – 15 мм, верхнее – 20 мм, нижнее – 20 мм. Шрифт – Times New Roman. Размер шрифта – 14. Отступ для красной строки – пять знаков

Не допускается формирование отступов пробелами и интервалов пропуском строк.

В исключительных случаях допускается написание реферата от руки, но четким и понятным почерком.

Все листы реферата, включая список используемых источников нумеруются арабскими цифрами по порядку, начиная со второй страницы введения (т.е. первой цифрой нумерации будет цифра 4) до последней страницы без пропусков и повторений. (На титульном листе, листе содержания и первой странице введения номер страницы не ставится) Номера страниц ставятся в правом верхнем углу.

Список литературы, используемой студентом для выполнения реферата, оформляется в соответствии с установленными требованиями и должен содержать не менее 5-7 источников.

Реферат должен быть написан грамотно, чётко, разборчиво, с выделением абзацев, страницы должны быть пронумерованы (справа вверху), слева остаются поля. Объём реферата должен быть 12 - 20 машинописных страниц.

Критерии оценки реферата

Показатели оценки	Критерии оценки
1.Новизна реферированного текста Макс. - 20 баллов	- актуальность проблемы и темы; - новизна и самостоятельность в постановке проблемы, в формулировании нового аспекта

	<p>выбранной для анализа проблемы;</p> <ul style="list-style-type: none"> - наличие авторской позиции, самостоятельность суждений.
<p>2. Степень раскрытия сущности проблемы Макс. - 30 баллов</p>	<ul style="list-style-type: none"> - соответствие плана теме реферата; - соответствие содержания теме и плану реферата; - полнота и глубина раскрытия основных понятий проблемы; - обоснованность способов и методов работы с материалом; - умение работать с литературой, систематизировать и структурировать материал; - умение обобщать, сопоставлять различные точки зрения по рассматриваемому вопросу, аргументировать основные положения и выводы.
<p>3. Обоснованность выбора источников Макс. - 20 баллов</p>	<ul style="list-style-type: none"> - круг, полнота использования литературных источников по проблеме; - привлечение новейших работ по проблеме (журнальные публикации, материалы сборников научных трудов и т.д.).
<p>4. Соблюдение требований к оформлению Макс. - 15 баллов</p>	<ul style="list-style-type: none"> - правильное оформление ссылок на используемую литературу; - грамотность и культура изложения; - владение терминологией и понятийным аппаратом проблемы; - соблюдение требований к объему реферата; - культура оформления: выделение абзацев.
<p>5. Грамотность Макс. - 15 баллов</p>	<ul style="list-style-type: none"> - отсутствие орфографических и синтаксических ошибок, стилистических погрешностей; - отсутствие опечаток, сокращений слов, кроме общепринятых; - литературный стиль.

В итоге реферат оценивается в системе 100 балльной и 5-и балльной оценки знаний следующим образом:

- 86 – 100 баллов – «отлично»;
- 70 – 75 баллов – «хорошо»;
- 51 – 69 баллов – «удовлетворительно»;
- менее 51 балла – «неудовлетворительно».

Баллы учитываются в процессе текущей оценки знаний программного материала.

Задания для самостоятельной работы.

1. Посоветуйтесь с преподавателем и выберите тему реферата.
2. Составьте библиографию по выбранной теме.
3. Проработайте отобранную литературу. Составьте по ней записи в виде плана или конспекта – выберите наиболее приемлемый для себя вариант рабочих записей.
4. Используя отобранные материалы, напишите реферат с учетом всех требований.

Типичные ошибки в рефератах.

Во-первых, неудовлетворительная форма изложения материала; несамостоятельное выполнение работы, т.е. её текст частично или полностью переписывается из учебных пособий, журналов и статей без самостоятельного осмысления и понимания; чрезмерная загруженность цитатами, примерами без достаточного анализа и выводов; отсутствие какой-либо составной части работы: плана, введения, заключения, списка используемой литературы и т.д.; несоответствие объёма работы требуемому; плохо отредактированный текст, написанный небрежно, неразборчивым почерком, а порой и безграмотно.

Во-вторых, неправильное оформление работы: в тексте не выделяются пункты плана; изложенный материал не подразделяется по вопросам; отсутствуют необходимые ссылки на источники или неправильное оформление ссылок; не нумеруются страницы.

Образец оформления реферата

ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЕ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ САМАРСКОЙ ОБЛАСТИ
«БОГАТОВСКОЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЕ УЧИЛИЩЕ»

РЕФЕРАТ

ОП.6. «Финансы, денежное обращение и кредит»

Тема: Основы финансового анализа на предприятии.

Выполнил студент:

_____ (Ф.И.О.)
_____ курса
_____ группы
_____ форма обучения

Проверил руководитель:

с. Богатое , 2016 г.

Содержание

Введение.....	3
1).....	5
2) Основная часть.....	9
3).....	13
Заключение.....	18
Список используемой литературы.....	19
Приложение.....	

Распределение рефератов по темам предмета

№п/п	Разделы	Кол-во рефератов	Темы	Кол-во часов
1.1.1.	Деньги: их необходимость происхождения. Функции и виды денег.	1	Основы финансового анализа на предприятии.	6
			Всего:	6

6. Написание конспекта

Одним из приемов рационального обучения является конспектирование учебного материала.

Это умение неразрывно связано с умением пользоваться книгой. Потребность в конспекте может возникнуть в случаях, когда за ограниченное время требуется передать большой объем информации, переработать множество разрозненных источников, из живой речи вычленив самое главное и существенное.

Конспект – это систематическая, логически связанная запись, объединяющая план, выписки, тезисы или, по крайней мере, два из этих типов записи. Исходя из определения, выписки с отдельными пунктами плана, если в целом они не отражают логики произведения, если между отдельными частями записи нет смысловой связи, - это не конспект.

В отличие от тезисов и выписок, конспекты при обязательной краткости содержат не только основные положения и выводы, но и факты, и доказательства, и примеры, и иллюстрации. Поэтому то, что в начале кажется второстепенным, может со временем оказаться ценным и нужным.

С другой стороны, утверждение, не подкрепленное фактом или примером, не будет убедительным и трудно запоминается.

Типы конспектов:

1. Плановый.
2. Текстуальный.
3. Свободный.
4. Тематический.

Краткая характеристика типов конспектов:

1. Плановый конспект: являясь сжатым, в форме плана, пересказом прочитанного, этот конспект – один из наиболее ценных, помогает лучше усвоить материал еще в процессе его изучения. Он учит последовательно и четко излагать свои мысли, работать над книгой, обобщая содержание ее в формулировках плана. Такой конспект краток, прост и ясен по своей форме. Это делает его незаменимым пособием при быстрой подготовке доклада, выступления. Недостаток: по прошествии времени с момента написания трудно восстановить в памяти содержание источника.

2. Текстуальный конспект – это конспект, созданный в основном из отрывков подлинника – цитат. Это прекрасный источник дословных высказываний автора и приводимых им фактов. Текстуальный конспект используется длительное время. Недостаток: не активизирует резко внимание и память.

3. Свободный конспект представляет собой сочетание выписок, цитат, иногда тезисов, часть его текста может быть снабжена планом. Это наиболее полноценный вид конспекта.

4. Тематический конспект дает более или менее исчерпывающий ответ на поставленный вопрос темы. Составление тематического конспекта учит работать над темой, всесторонне обдумывая ее, анализируя различные точки зрения на один и тот же вопрос. Таким образом, этот конспект облегчает работу над темой при условии использования нескольких источников.

Как составить конспект:

прочитайте текст учебника;

определите в тексте главное содержание, основные идеи, понятия, закономерности, формулы и т.д.;

выделите взаимосвязи;

основное содержание каждого смыслового компонента законспектируйте в виде кодированной информации после наименования темы в тетради;

прочтите еще раз текст и проверьте полноту выписанных идей;

сформулируйте не менее трех вопросов разного уровня сложности, запишите вопросы в тетрадь;

каждому вопросу определите значок степени сложности и найдите возможный ответ;

внимательно прочитайте материал;

определите основные смысловые части учебной информации по плану общей схемы;

определите центральную часть О.К., т.е. его "ассоциативный узел" в виде систематического класса и его особенностей;

Определите цель составления конспекта.

Читая изучаемый материал в первый раз, подразделяйте его на основные смысловые части, выделяйте главные мысли, выводы.

Если составляется план-конспект, сформулируйте его пункты и определите, что именно следует включить в план-конспект для раскрытия каждого из них.

Наиболее существенные положения изучаемого материала (тезисы) последовательно и кратко излагайте своими словами или приводите в виде цитат.

В конспект включаются не только основные положения, но и обосновывающие их выводы, конкретные факты и примеры (без подробного описания).

Составляя конспект, можно отдельные слова и целые предложения

писать сокращенно, выписывать только ключевые слова, вместо цитирования делать лишь ссылки на страницы конспектируемой работы, применять условные обозначения.

Чтобы форма конспекта как можно более наглядно отражала его содержание, располагайте абзацы "ступеньками" подобно пунктам и подпунктам плана, применяйте разнообразные способы подчеркивания, используйте карандаши и ручки разного цвета.

Познакомьтесь с правилами конспектирования:

1. Записать название конспектируемого произведения (или его части) и его выходные данные.

2. Осмыслить основное содержание текста, дважды прочитав его.

3. Составить план - основу конспекта.

4. Конспектируя, оставить место (широкие поля) для дополнений, заметок, записи незнакомых терминов и имен, требующих разъяснений.

5. Помнить, что в конспекте отдельные фразы и даже отдельные слова имеют более важное значение, чем в подробном изложении.

6. Запись вести своими словами, это способствует лучшему осмыслению текста.

7. Применять определенную систему подчеркивания, сокращений, условных обозначений.

8. Соблюдать правила цитирования - цитату заключать в кавычки, давать ссылку на источник с указанием страницы.

9. Научитесь пользоваться цветом для выделения тех или иных информативных узлов в тексте. У каждого цвета должно быть строго однозначное, заранее предусмотренное назначение. Например, если вы пользуетесь синими чернилами для записи конспекта, то: красным цветом - подчеркивайте названия тем, пишите наиболее важные формулы; черным - подчеркивайте заголовки подтем, параграфов, и т.д.; зеленым – делайте выписки цитат, нумеруйте формулы и т.д. Для выделения большей части текста используется отчеркивание.

10. Учитесь классифицировать знания, т.е. распределять их по группам, параграфам, главам и т.д. Для распределения можно пользоваться буквенными обозначениями, русскими или латинскими, а также цифрами, а можно их совмещать.

Распределение конспектов по темам предмета

№п/п	Разделы	Кол-во конспектов	Темы	Кол-во часов
1.2.1.	Валюта и валютные отношения. Валютная система. Котировка валют. Валютный курс.	1	Роль валютного курса в экономике.	2

1.2.2.	Формы и виды статистического наблюдения.	1	Платежный баланс: понятие, роль и основные составляющие.	2
2.1.1.	Финансы как экономическая категория. Сущность и функции финансов. Роль финансов в экономик	1	Финансовые ресурсы и источники их формирования.	2
2.1.2.	Финансовая политика, ее задачи и содержание. Структура финансовой системы. Принципы финансовой политики и финансового контроля.	1	Основные звенья финансовой системы.	2
2.2.1.	Понятие государственных финансов, их роль в организации финансовой системы. Основные звенья государственных финансов: государственный бюджет и внебюджетные фонды.	1	Органы управления государственными финансами. Министерство финансов РФ, его функции и полномочия.	3
2.3.2.	Виды страхования. Страховой рынок и его структура.	1	Страховой рынок РФ. Новые виды страховых услуг на российском рынке.	2
3.2.1.	Кредит как экономическая категория. Функции кредита. Виды процентных ставок.	1	Новые виды кредитов: ипотека, лизинг, кредитные каточки.	3
3.3.2.	Цели, типы и инструменты денежно-кредитной политики центральных банков.	1	Денежно-кредитная политика центральных банков.	2
3.4.2.	Классификация банковских операций. Активные и пассивные операции.	1	Роль банков в экономике страны. Интернет – банкинг.	2
4.1.1.	Понятие и свойства ценной бумаги. Виды и классификация ценных бумаг.	1	История появления ценных бумаг.	2
4.1.4.	Сравнительная характеристика различных ценных бумаг по степени доходности и риска.	1	Группировка ценных бумаг по квалификационным характеристикам.	2
4.2.1.	Рынок ценных бумаг, его особенности, функции. Особенности функционирования первичного и вторичного рынка ценных бумаг.	1	Государственное регулирование рынка ценных бумаг.	1
4.3.1	Характер деятельности и функции профессиональных участников рынка ценных бумаг.	1	Депозитарная деятельность на рынке ценных бумаг.	2
5.1.1.	Финансовые ресурсы и капитал.	1	Капитальные вложения.	2

5.1.2.	Инвестиционная деятельность банков.	1	Инвестирование капитала.	2
			Всего:	31

7. Составление схем, графиков, диаграмм, таблиц.

Составление схем, графиков, диаграмм, таблиц – это вид графического способа отображения информации. Целью этого вида самостоятельной работы является развитие умения выделять главные элементы, устанавливать между ними соотношение, отслеживать ход развития, изменения какого-либо процесса, явления, соотношения каких-либо величин и т. д.

Схемы, графики, диаграммы или таблицы применяются для отображения фактического и цифрового материала, что придает ему большую наглядность.

Схема является иллюстративным графическим средством изложения содержания исследования. Схемы - это плоскостные фигуры (многоугольники, прямоугольники, круги) с надписями и линиями связи. Схемы представляют собой соотношение частей в некоем целом объекте. Это приближенный наглядный образ устройства или структурная характеристика какого-то объекта, процесса или явления.

Виды схем:

- схемы управления, когда рисуется структура управления каким-то объектом;
- функциональные схемы, раскрывающие линии и направления зависимости составных частей;
- табличные схемы с указанием точных данных об объекте схематизации;
- схемы построения, раскрывающие структуру чего-либо.

Схемы помещаются, как правило, под текстом, объясняющим схему и интерпретирующим ее.

Графики - это наглядное изображение словесного материала посредством арифметических и геометрических средств и художественных образов: чисел, плоскостей, линий, точек и др. С помощью графики устанавливается соотношение определенных величин, их функциональная взаимозависимость.

График представляет собой линию, которая изображает зависимость между переменными. Для построения любого графика разрабатывается система координат как пространственная система отсчета. На оси графика наносятся шкалы, характеризующие числовое значение измеряемых факторов.

График помещается непосредственно сразу после текста о его построении и ссылки на него. График словесно описывается в тексте работы, объясняется динамика показателей и их взаимозависимость, раскрываются выявленные тенденции.

Диаграммы используются главным образом для изображения соотношения между величинами. Это способ графического изображения величин при помощи фигур (секторов, столбцов и т.п.), площади которых пропорциональны величинам.

Основные виды диаграмм:

- столбиковые (ленточные) диаграммы - изображают зависимость величин в виде прямоугольников одинаковой ширины, вытянутых вверх. Высота столбика соответствует изображаемой величине. Как правило, такие диаграммы используются при многократных замерах одних и тех же показателей, но распределенных во времени или пространстве;
- секторные диаграммы - диаграммы, в которых числа (обычно проценты) изображены в виде круговых секторов. Секторная диаграмма представляет собой круг, разделенный на секторы в соответствии с изображаемыми ими величиной. Такие диаграммы делаются с рисунками на каждом секторе, изображающими измеряемую величину. Используются секторные диаграммы при распределении чего-то целого между кем-то или чем-то другим.
- диаграмма Венна - это геометрическое изображение отношений объемов понятий или других величин между собой посредством пересекающихся или входящих друг в друга контуров. С помощью диаграммы Венна удобно показывать соотношение понятий, зоны формирования анализируемых ситуаций, качеств, состояний.

Таблица - это графическая форма представления количественных и качественных данных в предельно сжатой форме. Она строится на основании функциональных зависимостей каких-либо данных.

Таблицы состоят из текстовой и цифровой части. Текстовая часть - это заголовки разделов (графов). Цифровая часть - числа и их соотношение. При этом числа должны выражаться в единой числовой системе (круглые числа, десятичные дроби до десятых или сотых долей). На скрещивании вертикальных графов и горизонтальных строчек устанавливается смысловая связь между понятиями.

В структуре таблицы выделяют головку - словесную информацию в заголовках граф. Это те явления и предметы, которые будут характеризоваться количественно. Как правило, это делается в боковом заголовке. В таблицу также входят вертикальные столбцы - графы для помещения чисел. Заголовки граф входят в головку таблицы.

Первая графа, как правило, указывает порядковый номер измеряемого положения. Вторая графа - это боковой заголовок, указывающий на то, что измеряется. Третья и последующие графы - содержат информацию о том, что измеряется и что указывается в боковом заголовке. Таблица может иметь последнюю вертикальную графу под названием «Итого». Она может быть и горизонтальной, проставляемой в конце таблицы. Есть также графа «Всего».

При этом «итого» обозначает промежуточные итоги, а «всего» - сумму частных итогов.

Виды таблиц:

- простая таблица, содержащая перечень данных об одном явлении;
- групповая таблица, где данные разделяются по конкретному признаку;
- комбинированная таблица, где деление данных осуществляется сразу по нескольким признакам.

При составлении таблицы важно выбрать существенные характеристики предмета изучения, точно сгруппировать материал, учесть сопоставимость данных, их однородность. В таблицах необходимо приводить только точные данные.

Алгоритм самостоятельной работы по составлению схем, графиков, диаграмм, таблиц:

- 1) Внимательно прочитайте учебный материал по изучаемой теме.
- 2) Выберите наиболее эффективный графический способ отображения учебного материала.
- 3) Ознакомьтесь с образцами оформления схем, графиков, диаграмм или таблиц, предложенных преподавателем.
- 4) Продумайте конструкцию схемы, графика, диаграммы или таблицы: расположение порядковых номеров, терминов, примеров, пояснений, числовых значений и т.д.
- 5) Начертите схему, график, диаграмму, таблицу и заполните необходимым содержанием.
- 6) Проверьте структурированность материала, наличие логической связи изложенной информации.

К критериям оценки самостоятельной работы по составлению схем, графиков, диаграмм, таблиц относятся:

- соответствие содержания работы изучаемой теме;
- правильная структурированность представленного материала;
- наличие логической связи изложенной информации;
- аккуратность выполнения работы.

Распределение схем по темам предмета

№п/п	Разделы	Кол-во схем	Темы	Кол-во часов
3.1.1.	Кредитная система как отрасль экономики. Структура кредитной системы. Характеристика кредитной системы в условиях рыночной экономики.	1	Типы банковских систем.	2

4.2.1.	Рынок ценных бумаг, его особенности, функции. Особенности функционирования первичного и вторичного рынка ценных бумаг.	1	Структура и инфраструктура рынка ценных бумаг.	1
			Всего:	3

Распределение таблиц по темам предмета

№п/п	Разделы	Кол-во таблиц	Темы	Кол-во часов
3.4.1.	Коммерческие банки РФ, их функции. Процедура создания.	1	Сравнительный анализ кредитных институтов Самарской области.	4
			Всего:	4

8. Составление бизнес-плана.

Бизнес-план представляет собой детальное обоснование концепции, предназначенной для реализации предпринимательской идеи. Это специальный инструмент менеджмента, используемый в современной рыночной экономике, который позволяет очертить круг проблем, с которыми может столкнуться предприниматель при реализации своих целей в неопределенной, конкурентной хозяйственной среде и определить основные способы решения этих проблем.

Не стоит думать, что бизнес-план необходим только крупным предприятиям, организующим свое дело с размахом. Как показывает практика, он нужен для всех форм и видов предпринимательства, и прежде всего для того, чтобы тщательно проанализировать свои идеи, проверить их разумность, реалистичность и уменьшить тем самым риск неудачи.

Бизнес-планирование решает следующие проблемы:

- Конкретизирует перспективы бизнеса в виде системы качественных и количественных показателей;
- Определяет степень жизнеспособности и будущей устойчивости предприятия, снижает риск предпринимательской деятельности;
- Привлекает внимание потенциальных инвесторов.

Правильно составленный бизнес-план в конечном итоге отвечает на вопрос: стоит ли вообще вкладывать деньги в это дело и принесет ли оно доходы, которые окупят вложение сил и средств?

Приняв решение об открытии собственного дела или бизнеса, и приступая к разработке бизнес-плана, будущий предприниматель должен ответить сам себе на целый ряд вопросов принципиального характера. Вот некоторые из них:

- какой цели я хочу добиться в бизнесе?
- в чем заключаются преимущества моего дела (бизнеса) перед другими?

- какие задачи мне по силам?
- какой величины организацию я хочу создать?
- какие потребности рынка я хочу удовлетворить?
- кто будет моими клиентами?
- кто мои конкуренты и чем мое дело (бизнес) будет отличаться от их бизнеса?
- на каком рынке я буду действовать, где моя ниша сейчас, в ближайшее время и в перспективе?
- каковы мои слабые места и главнейшие опасности?
- как долго я хочу заниматься этим делом?
- как я буду выходить из бизнеса?

Содержание бизнес-плана

Содержание бизнес-плана и степень его детализации зависят от размеров создаваемого предприятия и сферы, к которой оно относится (производственной или сфере услуг), а также размеров предполагаемого рынка сбыта, наличия конкурентов и перспектив расширения дела. Чем шире рынок сбыта, крупнее доля предпринимателя на этом рынке, выше уровень конкуренции, тем более углубленной должна быть проработка всех разделов бизнес-плана.

Составлению бизнес-плана должна предшествовать работа по сбору информации об объеме потенциального спроса, производственных и финансовых потребностях предприятия. Имея такую информацию, Вы сможете еще до составления бизнес-плана оценить жизнеспособность самой концепции нового предприятия.

Бизнес-план должен быть хорошо структурирован, быть полновесным, логичным, информационно богатым и одновременно кратким.

Основные разделы бизнес-плана:

1. Титульный лист;
2. Резюме;
3. Краткая информация о предприятии;
4. Описание продукции (товара, услуги);
5. Маркетинговый план (оценка факторов конкурентоспособности предприятий конкурентов, реклама, ценообразование);
6. Производственный план;
7. Организационный план;
8. Финансовый план;
9. Календарный план реализации проекта;
10. Оценка рисков;
11. Приложения.

Описание структуры бизнес-плана

Титульный лист.

Успешная подготовка бизнес-плана начинается с правильного

оформления титульного листа, который в обязательном порядке должен содержать следующее:

- наименование организации;
- вид деятельности;
- ФИО предпринимателя;
- юридический адрес, контактный телефон, адрес электронной почты;
- стоимость проекта;
- ФИО консультанта;
- место, год подготовки проекта.

Резюме – это визитная карточка бизнес-плана, раскрывающая его сущность, цели, преимущества продукции (товаров, услуг) и доказывающая его выгодность. Целесообразно дать информацию о технологической новизне проекта, а так же обратить внимание на решение социально значимых вопросов в результате реализации проекта (создание новых рабочих мест, развитие приоритетных видов деятельности и т.п.).

Резюме готовится на завершающем этапе подготовки бизнес-плана, так как только после того, как бизнес-план полностью продуман, выполнены необходимые расчеты, можно кратко изложить его основное содержание.

Рекомендуемый объем резюме одна – две страницы.

Перечень вопросов, подлежащих рассмотрению в резюме:

- бизнес-идея;
- организационно-правовая форма предприятия;
- место реализации проекта;
- требуемая сумма инвестиций, необходимая для реализации проекта, в том числе размер собственных и заемных средств, включая финансовую поддержку, предоставляемую органами службы занятости населения;
- сведения об участниках проекта;
- основные потребители продукции (товаров, услуг);
- создание дополнительных рабочих мест;
- основные показатели экономической эффективности проекта (срок окупаемости, общая прибыль, рентабельность, точка безубыточности, расчетный размер налоговых поступлений);
- общий вывод по проекту.

Краткая информация о предприятии.

Начинать данный раздел необходимо с освещения цели написания проекта.

Цель – это конечное состояние, желаемый результат, которого стремиться добиться организация.

Цели должны быть:

- **Позитивны.** Чего Вы хотите, а не чего Вы НЕ хотите;
- **Конкретны** и осязаемы;

- **Измеримы.** Можно отследить продвижение и достижение;
- **Достижимы** лично Вами и (или) Вашей командой;
- **Согласованы** между собой и с другими целями;
- **Определены** во времени.

Когда все цели сформулированы, охарактеризуйте пути их достижения. Необходимо отразить основные сведения о создаваемой организации, а именно:

- Направление деятельности – опишите планируемые виды деятельности. Их может быть несколько.
- Материальная – техническая база, имеющаяся у организации – обеспечение проекта сырьем, материалами, оборудованием, комплектующими изделиями на начальном этапе деятельности. Составьте подробный список оборудования, мебели, оргтехники, транспортных средств и укажите способ их получения (покупка, аренда).
- Материальная – техническая база, необходимая для расширения (создания) необходимых условий – перспективы обеспечения проекта сырьем, материалами, оборудованием, комплектующими изделиями для расширения деятельности.
- Оценка удобства месторасположения организации – насколько удачно выбрано место расположения исходя из близости к потенциальным клиентам, поставщикам, а так же конкурирующим организациям. Насколько удобно будет добираться работникам до места работы.
- Описание отрасли, в которую входит предприниматель с точки зрения состояния, тенденций развития и будущих перспектив – приведите результаты анализа положения дел в отрасли.
- Факторы успешности предпринимателя, входящего в данный бизнес – опыт по данному виду деятельности, надежная команда, уникальность бизнес идеи и т.п.

Описание продукции (товара, услуги).

В данном разделе, открывающем основную часть бизнес-плана, дается подробное описание продукции (товара, услуги), которые Вы хотите предложить будущим покупателям. Необходимо определить для себя и представить в бизнес-плане те преимущества своей продукции, которые отвечают желаниям и потребностям покупателей, но не удовлетворяются аналогичным товаром конкурентов.

Основная цель этого раздела – доказать, что именно Ваши товары (услуги) имеют ценность для покупателей и будут пользоваться спросом (удобство месторасположения, разнообразие ассортимента, низкая стоимость, продукция по сравнению с аналогичной продукцией конкурентов и т.д.).

Подробная характеристика продукции (товаров, услуг), предназначенной для реализации.

Необходимо дать подробную характеристику продуктов и (или) услуг, предоставляемых в соответствии с проектом, включая:

- функциональное назначение продукции, для каких целей она предназначена;
- область применения, примеры использования;
- соответствие продукции принятым стандартам (лицензии, сертификаты, патенты, товарные знаки);
- инновационные характеристики;
- конкурентные преимущества;
- степень готовности продукции (товаров, услуг) к выходу на рынок;
- имеются ли возможности для дальнейшего развития продукта (товара, услуги);
- другие характеристики.

Важно подчеркнуть уникальность, полезный эффект ради которого потребители будут приобретать этот товар или пользоваться предложенной услугой: новые уникальные свойства, новая технология, качество товара, низкая себестоимость или какое-то особенное достоинство, удовлетворяющее запросам покупателей, необходимость развития планируемого вида деятельности на данной территории.

Кому будут предназначаться товары (услуги)?

Уникальность и совершенство товара вовсе не гарантируют, что он будет хорошо продаваться. По крайней мере, в самом начале предпринимательской деятельности. Время, силы и деньги ограничены, поэтому не растрчивайте их по мелочам.

То, что действительно необходимо сделать, – это найти нужных клиентов и сосредоточить на них свои усилия. Как показывает практика, 80% доходов компаний обеспечиваются всего лишь 20% их клиентов.

Вы должны ориентироваться на тех людей и организации, которые:

- испытывают крайнюю потребность в Вашей продукции;
- обладают средствами, чтобы ее приобрести;
- находятся в области досягаемости.

Выбранную нишу необходимо правильно и конкретно описать, с позиции возраста, места проживания, уровня доходов, жизненных интересов потенциальных клиентов.

Каким образом будут реализовываться товары (услуги)?

Выделяют несколько видов рынков сбыта:

1. Рынки, на которых потребители не знают о продукции и ее свойствах в сравнении с аналогичной продукцией.

2. Рынки, на которых покупатели знают о продукции, но не покупают ее, а покупают продукцию фирм-конкурентов.
3. Рынки, на которых приобретают намеченную к выпуску продукцию.
Определите рынок, на котором будете реализовывать продукцию (товары, услуги) и определите схему реализации товара (услуги):

1. Реализация конечному покупателю (направление: бизнес для клиентов) или прямой сбыт;
2. Реализация дистрибуторам (направление: бизнес для бизнеса) или косвенный сбыт.

В первом случае схема реализации товара будет следующей:

ПРОИЗВОДИТЕЛЬ → *ПОКУПАТЕЛЬ* (самая короткая цепочка). По этой схеме Вы можете реализовывать свой товар небольшими партиями или работать по индивидуальным заказам.

Во втором случае схемы реализации товара могут быть следующими:

ПРОИЗВОДИТЕЛЬ → *МАГАЗИН* → *ПОКУПАТЕЛЬ* или
ПРОИЗВОДИТЕЛЬ → *ПОСРЕДНИК* → *МАГАЗИН* → *ПОКУПАТЕЛЬ*

В этом случае клиенты будут рассматривать не только товары, но и сервисные услуги, которые Вы предложите, а также их будет интересовать система скидок при покупке больших партий товара, условия доставки, оплаты.

Вашими клиентами в этом случае могут быть как крупные магазины, где номенклатура реализуемого товара превышает тысячи позиций, так и частные предприниматели на ярмарках.

Чем длиннее цепочка от производителя к покупателю, тем выше стоимость товара для конечного покупателя, поскольку каждое звено в цепочке хочет получать прибыль от реализуемой продукции, следовательно, на закупочную стоимость товара накладывается собственные расходы, что автоматически увеличивает закупочную стоимость товара для следующего покупателя.

Работая по такой схеме, Вы должны обладать достаточными производственными мощностями, чтобы изготавливать товар партиями.

Определившись со схемой, подумайте, какие услуги можно добавить, чтобы увеличить привлекательность покупки (добавление сопутствующих товаров и т.д.).

Выводы и возможные гарантии

В данном разделе необходимо подвести итоги, почему Ваш товар (услуги) будут пользоваться спросом.

Маркетинговый план. Оценка факторов конкурентоспособности предприятий – конкурентов.

В данном подразделе необходимо описать своих потенциальных конкурентов и проанализировать, в чем состоят их слабые и сильные стороны. Для анализа конкурентной среды необходимо собрать следующую

информацию:

1. Какие из фирм-конкурентов работают в Ваших рыночных сегментах?
2. Каков размер этих фирм, стаж работы на рынке?
3. Каков уровень цен на продукцию (услуги) Ваших конкурентов?
4. Каким образом конкуренты находят своих покупателей – реклама, каналы сбыта, другие формы продвижения?

Итоги анализа конкурентоспособности приведите в Таблице 1.

Ключевые факторы конкурентоспособности: ассортимент, качество, уникальность, цена, надежность, реклама, имидж, обслуживание клиентов, инновационные возможности, использование технологий и т.д.

Оценка факторов конкурентоспособности предприятия конкурентов осуществляется по следующим параметрам: Очень высокий, Высокий, Средний, Ниже среднего, Низкий, Очень низкий. Главным конкурентом предприятия будет являться тот конкурент, у которого оценка факторов выше или чуть ниже самого предприятия.

Таблица 1

Оценка факторов конкурентоспособности предприятий конкурентов

№ п/п	Параметры конкурентоспособности (по убыванию значимости)	Ваше предприятие	Конкурент 1	Конкурент 2	Конкурент 3
1.					
2.					
3.					
4.					
5.					
6.					
7.					
8.					

Исходя из данных Таблицы 1, рассчитывается удельный вес факторов конкурентной силы Вашей организации и главного конкурента (Таблица 2).

Каждому представленному фактору задается вес (a_i), который отражает степень важности для поддержания конкурентоспособности. Сумма весовых коэффициентов по всем показателям должна равняться 100.

Определяется значение (p_i – ранжированное значение параметра от 0 до 10, 0 – минимальное значение, 10 – максимальное), отражающее уровень соответствия характеристикам, то есть насколько деятельность данного предприятия соответствует предложенным характеристикам. С целью оценки деятельности каждой компании находится произведение параметра a_i и параметра p_i по всем характеристикам.

Взвешенная оценка по отдельным факторам определяется путем умножения оценки фирмы по данному показателю на ее вес.

Расчет факторов конкурентной силы

№ п/п	Параметры конкурентоспособности	Удельный вес (предприятие)	аірі (предприятие)	Удельный вес (главный конкурент)	аірі (главный конкурент)
1.					
2.					
3.					
4.					
5.					
6.					
Итого:		100		100	

Определив главного конкурента, исходя из произведенной оценки (Таблица 1 и 2), можно сравнить технические параметры для каждого отдельного вида продукции (товара, услуги) выпускаемой (оказываемой) Вашим предприятием и предприятием конкурентом (техническими параметрами могут выступать: комфортность, соответствие моде, послепродажное обслуживание, вкус, цвет, износостойкость, сервис, дизайн и прочее.). Для каждого технического параметра продукции необходимо определить весовой коэффициент исходя из того, что общая сумма коэффициентов равна 1. Единицы измерения технических параметров могут быть различными: проценты (например, доля рынка, соответствие предпочтениям и др.), года (например, гарантийный срок обслуживания) и любые другие, которые поддаются сравнению.

Итоги сравнения отразите в Таблице 3.

Оценка относительного значения показателя качества продукции предприятия

Технические параметры	Коэффициент весомости показателей	Показатель качества оцениваемой продукции	Показатель качества продукта конкурента	Отношение показателя качества оцениваемой продукции к показателю качества продукта конкурента (столб. 3 / столб. 4)	Коэффициент весомости, скорректированный на относительный показатель качества (столб. 2 * столб. 5)
1	2	3	4	5	6
1. ... (лет)	0,1				
2. ... (%)	0,05				
...	...				
n ... (шт.)	0,1				
Итого	1	-	-		

Исходя из отношения показателя качества оцениваемой продукции к

показателю качества продукта конкурента (столбец 5) возможно проанализировать отклонение значений технического параметра от продукции главного конкурента: если значение больше 1, то сравниваемый технический параметр превосходит конкурента, если меньше 1, то сравниваемый технический параметр уступает конкуренту, если значение равно 1, то параметры схожи.

Исходя из данных таблицы, необходимо рассчитать **относительное значение показателя качества**. Данный показатель рассчитывается как отношение итогового коэффициента весомости, скорректированного на относительный показатель качества (столбец 6, строка «Итого») на итоговый коэффициент весомости показателей (столбец 2, строка «Итого»). Но, так как сумма всех коэффициентов для данной методики взята за 1, фактически этим показателем является итоговая строка 6 столбца.

Для оценки коэффициента конкурентоспособности оцениваемого вида продукции необходимо произвести расчет **относительной цены потребления**. Под ценой потребления продукции понимается сумма продажной цены и стоимости потребления/использования товара за период эксплуатации (например, стоимость техобслуживания, величина страховки, налоги и т.п.).

Для расчета относительной цены потребления необходимо планируемую цену потребления продукции Вашего предприятия разделить на цену потребления продукции конкурента.

Исходя из полученных данных необходимо определить коэффициент конкурентоспособности оцениваемого вида продукции путем соотнесения **относительного значения показателя качества к относительной цене потребления**. Если значение данного коэффициента больше 1, то Ваша продукция превосходит по потребительским свойствам продукцию конкурента, если меньше 1, то Ваша продукция уступает конкуренту, если значение равно 1, то потребительские свойства продукции схожи.

Данный расчет необходимо применить ко всей продукции предприятия (товары/услуги) и получить соответствующие коэффициенты для каждого вида продукции имеющегося у предприятия.

Представленная методика позволяет оценить конкурентные преимущества конкретного вида товара/услуги по сравнению с товаром/услугой конкурента и выявить отклонение. Вы сможете оценить какой вид продукции (товаров, услуг) наиболее конкурентоспособен, а также своевременно принять меры по улучшению потребительских свойств Вашей продукции.

Реклама.

Маркетинг в широком смысле представляет собой взаимосвязь двух сторон: всеобъемлющее изучение рынка и потенциальных потребителей и всестороннее продвижение продукции (услуг) к этому потенциальному потребителю. «Производить то, что покупается, а не продавать то, что производится» – главная формула маркетинга.

Необходимость рекламы заключается в том, чтобы увеличить сбыт продукции, повысить репутацию организации, найти надежного партнера.

На этапе планирования расходов на рекламу определите основные виды рекламных средств, которые будут использоваться Вами при выходе продукции, (услуги) на рынок:

реклама в прессе включает в себя различные рекламные материалы, опубликованные в периодической печати (рекламные объявления, публикации обзорно-рекламного характера). По объему реклама в прессе уступает лишь телевизионной. Основные достоинства: доступность, широта охвата аудитории, дешевле, чем телевизионная, оперативность;

печатная реклама (каталоги, буклеты, проспекты, плакаты, листовки) – рекламное средство, рассчитанное исключительно на зрительное восприятие, широко используется в ходе различных деловых встреч, презентаций, на ярмарках и выставках;

аудиовизуальная реклама (радиореклама, телевизионная реклама) – это средство охватывает довольно большую аудиторию и является очень оперативным, обладает сильным воздействием на аудиторию. Является достаточно дорогим рекламным средством и имеет постоянную тенденцию к росту расходов. Наиболее эффективные результаты достигаются при рекламе услуг или товаров массового спроса;

семплинг – раздача бесплатных образцов;

рекламные сувениры – широко применяющееся средство, является имиджевой рекламой);

наружная реклама – рекламные щиты, световое табло, перетяжки, баннеры, реклама в транспорте, электронное табло. Основные требования к такому виду рекламных средств: привлекать к себе внимание, должна быть легко читаемой, краткой и понятной;

интернет-реклама – интернет – глобальный виртуальный рынок, не имеющий территориальных ограничений. Основные преимущества: цена значительно дешевле других видов рекламы; интернет-реклама интерактивна и может служить прямым инструментом продаж (интернет-магазин); этот вид рекламы является самым оперативным, т. е. изменения, внесенные на сайт, становятся доступны для пользователей в течение нескольких секунд.

При выборе варианта продвижения своего товара (услуги) необходимо четко знать ответы на следующие вопросы:

- Как потенциальный покупатель узнает о товаре?
- Каким образом потенциальный покупатель обычно покупает подобные товары и услуги? Где? В каких объемах?
- Где и как он получает информацию (журналы, газеты, ТВ)?
- Расходы на рекламные средства отразите в Таблице 4.

Расчет расходов на рекламу

№ п/п	Рекламное средство	Период выхода	Цена, руб.	Стоимость за месяц	Стоимость за год, руб.	Следующий год
1.						
2.						
3.						
7.						
Итого:						

3.3.Ценообразование

В этом разделе дается характеристика ценообразования – метода установления цены на продукцию, услуги, рассматриваемые в проекте.

Иногда неправильное ценообразование может отогнать потенциальных покупателей. Вы можете установить слишком высокие цены, тем самым отпугнув часть потенциальных покупателей, или установить слишком низкие, но тогда пострадает уже Ваша прибыль.

Сколько покупатели заплатят за Ваши товары или услуги? Как известно, цена является результатом соотношения спроса и предложения. Чем дефицитнее товар, тем больше за него готовы заплатить. Однако есть и другой подход: чем дешевле товар, тем большее его количество Вы продадите.

Существует две наиболее распространенные стратегии установления цен:

«низкая прибыль и большой объем»;

«высокая прибыль и малый объем».

Вам предстоит решить, какую ценовую политику Вы будете проводить. Выбор во многом будет зависеть от того, каким видом бизнеса Вы занимаетесь, от рынка, который будете обслуживать, а также от активности конкурентов, с которыми столкнетесь.

Если Вы пока не имеете представления о том, какой вид ценовой политики окажется правильным с точки зрения успеха Вашего бизнеса, то, возможно, ответы на приведенные ниже вопросы помогут Вам принять решение.

Низкая прибыль и большой объем	Высокая прибыль и небольшой объем
<p>Высокая конкуренция в сфере Вашего бизнеса;</p> <p>Покупатели Ваших товаров или услуг являются людьми, чутко реагирующими на изменение цены;</p> <p>Вы будете развивать свой бизнес в относительно небогатом районе;</p> <p>Покупатели могут обойтись без Ваших товаров или услуг</p>	<p>Ваши покупатели нуждаются в особых товарах высокого качества, и быть может, повышенном внимании;</p> <p>Вы будете развивать свой бизнес в богатом районе;</p> <p>Покупатели будут считать вас основным поставщиком</p>

Окончательная цена зависит от следующих факторов:

- цены конкурентов на аналогичный товар или товары – заменители;
- цены, определяемые спросом на данный товар;
- себестоимость продукции + целевая прибыль;
- положение на рынке (известность покупателю, рекламный бюджет);
- уникальные качества товара (услуги).

Если планируется реализация товара через посредников, то Ваша цена должна быть на порядок ниже, чем цена, по которой товар приобретает конечный покупатель, так как оптовый покупатель-посредник также хочет заработать на продаже Вашего товара.

Целесообразно также указать:

- прирост цен во второй и последующий год реализации проекта;
- сезонные колебания цен (если товар/услуга являются сезонными);
- возможную систему скидок.

Производственный план.

Четвертый раздел бизнес-плана – план производства – содержит описание процесса производства продукции или оказания услуг, а так же расчет потребности в материальных ресурсах на строительство и ремонт помещений, приобретение оборудования для реализации предпринимательской деятельности.

Смета расходов на строительство (Таблица 5) и смета расходов на ремонт (Таблица 6) рассчитывается Вами, если при реализации проекта планируется строительство производственных, офисных или ремонт уже имеющихся в собственности, планируемых к приобретению, либо к аренде, но не пригодных для ведения деятельности помещений.

Укажите, какие материалы, в каком количестве и по какой цене необходимо будет приобрести для выполнения строительных и ремонтных работ.

Таблица 5

Смета расходов на строительство

№ п/п	Вид материалов, ед. измерения	Кол-во	Цена, руб.	Итого, руб.
1.				
2.				
3.				
4.				
5.				
6.				
Итого:				

Таблица 6

Смета расходов на ремонт

№ п/п	Вид материалов, ед. измерения	Кол-во	Цена, руб.	Итого, руб.
1.				
2.				
3.				
4.				
5.				
Итого:				

При подготовке сметы-спецификации на оборудование (Таблица 7) составьте подробный перечень оборудования, транспортных средств, мебели, оргтехники необходимой для ведения предпринимательской деятельности. Укажите количество единиц необходимого оборудования и примерную цену, по которой планируется его приобрести. Прейскурант цен на оборудование, мебель, оргтехнику можно включить в Приложение.

Таблица 7

Смета-спецификация на оборудование, сырье и материалы

№ п/п	Вид материалов, ед. измерения	Кол-во	Цена, руб.	Итого, руб.
1.				
2.				
3.				
4.				
5.				
6.				
Итого:				

В Таблице 8 приводятся сводные затраты на строительство, ремонт зданий и сооружений, а также затраты на приобретение оборудования, мебели, оргтехники.

Таблица 8

Сводная смета капитальных затрат

№ п/п	Наименование групп основных фондов	Общая стоимость, руб.
1.	Строительство	
2.	Ремонт	
3.	Оборудование	
Итого:		

Составьте производственную программу, в которой определите объем производимых товаров (оказываемых услуг) по каждому месяцу отдельно. Кроме того прокомментируйте, на какие факты Вы опирались, планируя объем производства, а так же исходя из каких факторов меняется объем производства.

Таблица 9

Производственная программа

№ п/п	Вид продукции	Ед. изм.	Объем производства по периодам					Объем производства на следующий год
			1 мес.	2 мес.	...	12 мес.	Итого	
	Основные товары (услуги):							
1.	Продукция А							
2.	Продукция Б							
	Дополнительные товары (услуги):							
1.	Продукция В							
2.	Продукция Г							
	Реализация прочей продукции:							
1.								
2.								
	Всего:							

Организационный план.

Цель раздела «Организационный план» состоит в описании организационной структуры управления проектом, функций, обязанностей персонала, приводятся так же данные о методах его стимулирования, режиме работы, системе контроля.

Необходимо дать краткую информацию о владельцах (учредителях) Вашего предприятия (опыт и компетентность).

В процессе разработки организационного плана необходимо дать характеристику будущего персонала организации, а именно:

- нуждается ли Ваша организация в найме дополнительных работников;
- какие специалисты Вам понадобятся для успешного ведения дела, характеристика квалификации будущих работников (образование, опыт работы, особые навыки);
- на каких условиях Вы будете привлекать специалистов (постоянная работа, работа по совместительству, гражданско-правовой договор и т.д.);
- как будет оплачиваться труд каждого работника;
- каналы поиска работников (ЦЗН, кадровые агентства, знакомые).

Можно привести организационную схему Вашего предприятия, показывающую этапы формирования организационной структуры, связи,

распределение обязанностей и ответственности.

При расчете фонда заработной платы (Таблица 10) укажите категории работников, которых планируете принимать, количество по каждой из них и предполагаемый размер заработной платы и страховых взносов в государственные внебюджетные фонды.

Начисления на заработную плату (взносы во внебюджетные фонды) рассчитываются в составе налогов, а также указываются при расчете прибылей и убытков в финансовом плане проекта.

Таблица 10

Расчет фонда заработной платы

№ п/п	Наименование категорий работников	Кол-во человек	Зарплата одного работника	Сумма зарплаты, руб.	Начисления в фонды	Всего, руб.	Всего за год, руб.	На следующий год
1.								
2.								
3.								
4.								
5.								
6.								
Итого:								

Еще один важный вопрос, рассматриваемый в данной части бизнес-плана это формирование кооперационных связей с действующим бизнесом, налаживание партнерских отношений с потенциальными инвесторами. Организовывать совместный бизнес следует только с хорошо известными Вам людьми, единомышленниками, на которых Вы можете положиться и доверить любой вопрос совместного предпринимательства. Лучше, если компаньоны в различных сторонах своей деятельности будут дополнять друг друга (один производит, второй упаковывает, третий продает). Это залог успеха деятельности Вашей организации.

Финансовый план.

В данном разделе бизнес-плана оценивается способность проекта обеспечивать поступление денежных средств в объеме, достаточном для обеспечения самоокупаемости и возврата заемных средств.

Вам потребуется свести воедино финансовую информацию, которая сформировалась в предыдущих разделах.

Финансовый план необходим для контроля финансового обеспечения проекта на всех этапах его реализации.

Составление финансового плана разбейте на несколько этапов:

Рассчитайте примерный объем сбыта товаров (услуг).

На основе производственной программы (Таблица 9) рассчитайте прогнозируемый объем реализации продукции (товаров, услуг) и занесите данные в Таблицу 11. Произведите расчет валового дохода за месяц по формуле:

Сумма валового дохода за месяц = выручка от реализации 1-го вида продукции за месяц + от реализации 2-го вида продукции за месяц + ... + от реализации n-го вида продукции за месяц

Произведите расчет годовой суммы валового дохода:

Годовая сумма валового дохода = Сумма валового дохода за месяц + Сумма валового дохода за 2 месяц + ... + Сумма валового дохода за 12 месяц

Таблица 11

Прогнозируемый объем реализации продукции (товаров, услуг)

№ п/п	Вид продукции, показатель	Ед. изм.	Величина показателя по периодам					
			Первый год				Итого	Второй год
			1 мес.	2 мес.	...	12 мес.		
Основные товары (услуги):							X	
1.	Продукция А:						X	
1.1.	цена за ед.	руб.					X	
1.2.	объем продаж	шт.						
1.3.	Выручка от реализации	руб.						
2.	Продукция Б:						X	
2.1.	цена за ед.	руб.					X	
2.2.	объем продаж	шт.						
2.3.	Выручка от реализации	руб.						
Дополнительные товары							X	
3.	Продукция В:						X	
3.1.	цена за ед.	руб.					X	
3.2.	объем продаж	шт.						
3.3.	Выручка от реализации	руб.						
Доход от реализации прочей продукции							X	
4.							X	
4.1.	цена за ед.	руб.					X	
4.2.	объем продаж	шт.						
4.3.	Выручка от реализации	руб.						
Сумма валового дохода:								

Сделайте расчет месячной, годовой и перспективной прибыли.

В условиях рынка получение прибыли является непосредственной целью работы любой организации. Прибыль как результат финансовой деятельности организации выполняет определенные функции: отражает экономический эффект, полученный в результате деятельности организации;

составляет основу экономического развития организации; создает финансовую базу для самофинансирования.

Получение выручки за произведенные и реализованные товары еще не означает получение прибыли.

Рассчитайте показатели месячной и годовой прибыли:

Прибыль до налогообложения = Выручка от реализации товаров –
Расходы (за исключением налогов);

Чистая прибыль за 1 месяц = Прибыль до налогообложения – Налоги;

Чистая прибыль в год = Чистая прибыль за 1 месяц + Чистая прибыль за 2 месяц + ... + Чистая прибыль за 12 месяц.

Таблица 12

Расчет прибыли

№ п/п	Показатели	1 месяц, руб.	2 месяц, руб.	...	12 месяц, руб.	Итого за год, руб.	Следующий год, руб.
1.	Выручка от реализации товаров, услуг						
2.	Расходы, в т.ч.:						
2.1.	Транспортно-заготовительные расходы						
2.2.	Заработная плата						
2.3.	Арендная плата						
2.4.	Расход на оплату коммунальных услуг						
2.5.	Оплата за интернет						
2.6.	Реклама						
2.7.	Канцелярские товары						
2.8.	Расходы на сырье, товары, корма						
2.9.	Отчисления за ИП						
2.10.	Прочие расходы						
2.11.	Непредвиденные расходы						
	Всего расходов						
3.	Налогооблагаемая база						
4.	Налог						
5.	Чистая прибыль						

Сделайте расчет рентабельности.

Рентабельность характеризует степень доходности, выгодности и прибыльности. Показатель рентабельности позволяет оценить, какую

прибыль имеет организация с каждого рубля, вложенного в активы.

Уровень рентабельности характеризует отношение прибыли к величине выручки от реализации продукции (услуг), выраженное в процентах:

$$\text{Уровень рентабельности} = \frac{\text{Чистая прибыль}}{\text{Выручку от реализации}} \times 100\%.$$

Таблица 13

Расчет рентабельности

№ п/п	Показатели	1 месяц	2 месяц	...	12 месяц	Год
1.	Доход от реализации продукции, товаров, работ, услуг, руб.					
2.	Чистая прибыль, руб.					
3.	Уровень рентабельности, %					

Необходимо так же указать срок окупаемости проекта. Срок окупаемости – это период времени, необходимый для того, чтобы доходы, получаемые от деятельности, покрыли затраты на открытие этой деятельности.

Определите источники финансирования проекта.

Таблица 14

Источники финансирования

№ п/п	Наименование источника	Сумма, руб.
1.	Собственные средства	
2.	Привлеченные средства: заемные беспроцентные средства друзей	
3.	Кредит финансовых учреждений	
4.	Финансовая помощь	
Итого:		

Распределите денежные средства необходимые на начальном этапе реализации проекта по статьям единовременных затрат.

Таблица 15

Смета единовременных затрат

№ п/п	Статья затрат	Сумма, руб.
1.	Затраты, связанные с регистрацией собственного дела:	
1.1.	Регистрационный сбор	
1.2.	Оплата лицензий (или патента)	
1.3.	Изготовление печати и штампа	
1.4.	Оплата открытия банковского счета	
1.5.	Нотариальные услуги (услуги консультантов)	
1.6.	Сертификация товара (услуги)	

Итого:

Составьте баланс денежных расходов и поступлений.

Составление баланса денежных расходов и поступлений (Таблица 16) позволит оценить, сколько денег необходимо вложить в бизнес, составить график поступления и расходования денежных средств.

Таблица 16

Баланс денежных расходов и поступлений

№ п/п	Наименование статьи	Величина показателя по периодам														
	год												Итого	Следующий год	
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12			
1.	Денежные средства в наличии на начало периода															
2.	ДОХОДЫ:															
2.1.	В т.ч. выручка от реализации продукции, товаров															
2.2.	Финансовая помощь															
2.3.	Собственный капитал															
2.4.	Привлеченные средства: заемные беспроцентные средства															
2.5.	Кредит финансовых учреждений															
	ДОХОДЫ ВСЕГО:															
3.	РАСХОДЫ:															
3.1.	Строительство															
3.2.	Ремонт															
3.3.	Оборудование															
3.4.	Транспортно-заготовительные расходы															
3.5.	Заработная плата															
3.6.	Арендная плата															
3.7.	Коммунальные платежи															
3.8.	Оплата за интернет															
3.9.	Реклама															
3.10.	Канцтовары															
3.11.	Расходы на сырье, товары, корма															
3.12.	Сумма по дополнительным расходам															
3.13.	Социальные взносы на ИП															
3.14.	Прочие расходы															
3.15.	Непредвиденные расходы															
3.16.	Налог с деятельности															
	РАСХОДЫ ВСЕГО:															
4.	Средства на личное потребление ИП															
5.	Денежные средства в наличии на конец периода															

Главным признаком финансовой состоятельности Вашей организации

при составлении бизнес-плана является **неотрицательность** итогового денежного потока в таблице 16 «Баланс денежных расходов и поступлений» в конце каждого периода планирования (строка «Денежные средства в наличии на конец периода»). Без выполнения этого обязательного условия расчет других экономических показателей проекта теряет смысл, так как работать с отрицательным денежным потоком невозможно.

Календарный план реализации проекта.

Для реализации бизнес-проект полезно составить календарный план реализации проекта, целью которого является согласование сроков, размеров и финансовых затрат на разных этапах. Содержание таблиц формируется в зависимости от содержания бизнес-проекта, вида деятельности и конкретных условий (Таблица 17).

Таблица 17

Календарный план реализации проекта

№	Этапы реализации проекта	Средства, необходимые для реализации данного этапа, проекта					
		Интервалы планирования - неделя					
		Продолжительность	1	2	3	4	Всего
	Затраты (руб.):						
1.	Затраты связанные с регистрацией предпринимательской деятельности						
3.	Заключение договора аренды						
4.	Приобретение оборудования						
5.	Приобретение сырья и материалов						
6.	Реклама и интернет						
7.	Заработная плата ИП и сотрудников (оклад) до получения прибыли						
8.	Начисления на заработную плату персонала						
9.	Непредвиденные расходы						
	ИТОГО затрат						
	Источники финансирования (руб.):						
10.	Собственные средства						

11.	Финансовая помощь						
12.	Привлеченные средства: заемные беспроцентные						
	Итого источников						
13.	Остаток средств на конец недели						

Оценка рисков.

Определение, расчет и анализ факторов риска - одна из главных частей бизнес-плана. Созданный проект является, в сущности, прогнозом, который показывает, что при определенных значениях исходных данных могут быть получены расчетные показатели эффективности.

В этом разделе бизнес-плана выполняется оценка наиболее вероятных рисков, которые могут возникнуть в ходе реализации проекта. Он содержит оценку степени неопределенности и риска достижения итоговых экономических показателей проекта. Определяются размер, время и место наступления нежелательных экономических последствий, и конкретные причины их возникновения.

Традиционно выделяют следующие группы рисков:

1. Рыночные риски, возникающие в процессе реализации товаров и/или услуг и связанные с нестабильностью экономической конъюнктуры (например, снижение объема реализации вследствие изменения рыночной конъюнктуры или других обстоятельств, таких как повышение закупочной цены товаров, потери товаров в процессе обращения, повышения издержек обращения и др.); повышение уровня конкуренции, демпинг, недобросовестная конкуренция и т.д.

2. Технологические риски, оказывающие влияние на техническую составляющую деятельности в процессе реализации проекта, таким как: надежность оборудования, предсказуемость производственных процессов и технологий, их сложность, уровень автоматизации, темпы модернизации оборудования и технологий; возможность перебоя подачи электроэнергии, воды, отключения отопления, поставки сырья, материалов, полуфабрикатов.

3. Организационные риски, связанные с внутренней организацией работы компании (в т.ч. наличие, уровень компетентности и ответственности персонала и руководителей, степень возможности автономно функционировать компании без участия ее руководителя).

4. Прочие риски, которые характерны для Вашего бизнеса (они специфичны для отрасли или конкретно Вашего предприятия) или Вашего региона (к примеру, именно в Вашем городе по вторникам отключают горячую воду на два часа, что может негативно сказаться на производственном процессе), а также любые иные риски, которые Вы можете определить для Вашего проекта.

Наиболее часто анализируемые риски:

1. Падение продаж, связанное с резким падением спроса;
2. Инфляция;

3. Имущественный ущерб в результате повреждения (пожар, стихийное бедствие, авария и т.д.);
4. Противоправные действия третьих лиц;
5. Невыполнение обязательств поставщиками сырья;
6. Действия администрации района или города, а также проверяющих органов.
7. Подорожание оборудования и т.д.

От Вас требуется оценить, какие риски наиболее вероятны, во что они Вам могут обойтись, а также продумать меры по их предотвращению или Ваши действия, направленные на уменьшение потерь, вызванных этими рисками.

Наиболее распространенные методы снижения рисков:

- Наличие гарантий (в том числе банковских) от поставщиков технологии и оборудования, а также от подрядчиков;
- Наличие долгосрочных контрактов с поставщиками сырья, материалов, комплектующих;
- Наличие долгосрочных договоров на сбыт готовой продукции;
- Наличие альтернативных поставщиков сырья и покупателей готовой продукции;
- Создание запасов сырья, материалов, комплектующих и готовой продукции;
- Приемлемое соотношение собственных и заемных средств в составе источников финансирования проекта;
- Наличие собственных источников финансирования для формирования (пополнения) оборотного капитала с учетом запасов и платежного цикла проекта;
- Страхование имущества;
- Формирование благоприятного отношения к проекту в СМИ;
- Поддержка проекта со стороны местных органов власти.

Одновременно прорабатываются и отражаются мероприятия по предупреждению рисков и возможному снижению потерь от них.

Приложения.

В приложения включаются документы, которые могут служить подтверждением или более подробным объяснением сведений представленных в бизнес-плане.

Приложения могут содержать такие материалы как, копии контрактов и проектов договоров, таблицы вспомогательных цифровых данных, прейскуранты цен предполагаемых поставщиков, конкурентов, иллюстрации вспомогательного характера.

Распределение составления бизнес-плана по темам предмета

№п/п	Разделы	Кол-во бизнес-планов	Темы	Кол-во часов
5.2.2.	Бизнес- план и его значение в финансовом планировании.	1	Составить бизнес-план.	3
			Всего:	3

9. Подготовка к семинарским занятиям.

Семинар – это активная форма учебно-теоретических занятий, которая служит, как правило, дополнением к лекционному курсу. Семинар обычно посвящен детальному изучению отдельной темы.

Семинарские занятия проводятся главным образом по общественным наукам и другим дисциплинам, требующим научно-теоретического обобщения литературных источников, и помогают глубже усвоить учебный материал, приобрести навыки творческой работы над документами и первоисточниками.

Планы семинарских занятий, их тематика, рекомендуемая литература, цель и задачи ее изучения сообщаются преподавателем на вводных занятиях или в методических указаниях по конкретной учебной дисциплине.

Алгоритм самостоятельной подготовки к семинарскому занятию:

- 1) Проанализируйте тему семинара, подумайте о цели и основных проблемах, вынесенных на обсуждение.
- 2) Внимательно прочитайте материал, данный преподавателем по этой теме на лекции.
- 3) Изучите рекомендованную литературу.

Необходимо помнить, что на лекции обычно рассматривается не весь материал, а только его часть. Остальная его часть восполняется в процессе самостоятельной работы. В связи с этим работа с рекомендованной литературой обязательна. Особое внимание при этом необходимо обратить на содержание основных положений и выводов, объяснение явлений и фактов, уяснение практического приложения рассматриваемых теоретических вопросов. В процессе этой работы Вы должны стремиться понять и запомнить основные положения рассматриваемого материала, примеры, поясняющие его, а также разобраться в иллюстративном материале.

- 4) Сделайте по прочитанному материалу записи, которые понадобятся при обсуждении рассматриваемой на семинаре темы. Это позволит Вам составить концентрированное, сжатое представление по изучаемым вопросам.

Записи могут быть представлены в виде плана (простого и развернутого), конспекта, выписки, тезисов.

План – это схема прочитанного материала, краткий (или подробный) перечень вопросов, отражающих структуру и последовательность материала. Подробно составленный план вполне заменяет конспект.

Конспект – это систематизированное, логичное изложение материала источника. Различаются четыре основных типа конспектов:

- План-конспект – это развернутый детализированный план, в котором достаточно подробные записи приводятся по тем пунктам плана, которые нуждаются в пояснении.
- Текстуальный конспект – это воспроизведение наиболее важных положений и фактов источника.
- Свободный конспект – это четко и кратко сформулированные (изложенные) основные положения в результате глубокого осмысливания материала. В нем могут присутствовать выписки, цитаты, тезисы; часть материала может быть представлена планом.
- Тематический конспект – составляется на основе изучения ряда источников и дает более или менее исчерпывающий ответ по какой-то схеме (вопросу).

Выписка – то, что выписано из какого-нибудь текста, документа.

Выписывать можно дословно (цитатами) или свободно, когда мысли автора излагаются своими словами. Большие отрывки текста, которые трудно цитировать в полном объеме, старайтесь записать своими словами. Яркие и важные места приводите дословно. Для систематизации выписок и цитат перед ними целесообразно записывать название вопроса, к которому относится выписка. Не забывайте указать источник информации, а если это цитата – еще и автора.

Тезисы – кратко сформулированные основные положения доклада, лекции, сообщения и т. д. Тезисы позволяют обобщить изученный материал, выразить его суть в кратких формулировках, помогая раскрыть содержание книги, статьи и доклада.

При составлении тезисов не приводите факты и примеры. Сохраняйте в тезисах самобытную форму высказывания, чтобы не потерять документальность и убедительность. Полезно связывать отдельные тезисы с подлинником текста (делайте ссылки на страницы книги).

5) Подготовьте свое выступление на семинаре (доклад).

Выступление должно строиться свободно, убедительно и аргументировано. Выступление не должно сводиться к репродуктивному уровню (простому воспроизведению текста), не допускается и простое чтение конспекта. Необходимо, чтобы выступающий проявлял собственное отношение к тому, о чем он говорит, высказывал свое личное мнение, понимание, обосновывал его и мог сделать правильные выводы из сказанного. При выступлении можно обращаться к записям конспекта и лекций, непосредственно к первоисточникам, использовать знание

художественной литературы и искусства, факты и наблюдения современной жизни и т. д.

- 6) При подготовке доклада на семинарское занятие заранее предупредите преподавателя о необходимых для предоставления материала технических средствах, напечатанный текст доклада предоставьте преподавателю.
- 7) Постарайтесь сформулировать свое мнение по каждому вопросу семинарского занятия и аргументировано его обосновать.
На семинаре каждый его участник должен быть готовым к выступлению по всем поставленным в плане занятия вопросам, проявлять максимальную активность при их рассмотрении.
- 8) Запишите возникшие во время самостоятельной подготовки вопросы, чтобы получить на них ответы на семинаре.
- 9) В процессе подготовки к семинарским занятиям рекомендуется взаимное обсуждение материала студентами, во время которого закрепляются знания, а также приобретается практика в изложении и разъяснении полученных знаний, развивается речь.

Литература:

- 1) Федеральный закон «Об организации страхового дела в Российской Федерации» от 27.11.1992г. №4015-1 (ред. от 03.07.2016);
- 2) Федеральный закон от 19.07.2001г. № 82-ФЗ «О внесении изменений и дополнений в Федеральный закон «О банках и банковской деятельности»;
- 3) Письмо ЦБ РФ от 4.10.1993г. №18 «Об утверждении «Порядка ведения кассовых операций в Российской Федерации» (ред. От 26.02.1996г.);
- 4) Бюджетный кодекс Российской Федерации;
- 5) Гражданский кодекс Российской Федерации;
- 6) «Положение о безналичных расчетах в Российской Федерации» ((утв. ЦБ РФ 03.10.2002г. №2-П) ред. От 19.06.2012г.)
- 7)Т.М. Ковалева «Финансы, денежное обращение и кредит» — М.: КНОРУС, 2016.
- 8)И.И. Глотова«Финансы, денежное обращение и кредит» - Ростов н\Д: Феникс, 2015
- 9) .Н. Кунгурякова, М.С. Синявина «Финансы и кредит» - М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К», 2002;
- 10) В.В. Ковалев «Финансовый анализ: методы и процедуры» - М.: Финансы и статистика, 2003;
- 11)<http://www.consultant.ru/>
<http://www.garant.ru/iv/>